

Facebook: usos i motivacions de la creació i el consum de continguts per part dels estudiants de segon cycle d'ESO de Barcelona

Màster Universitari en Continguts de Comunicació Audiovisual i Publicitat
Departament de Comunicació Audiovisual i Publicitat
Facultat de Ciències de la Comunicació
Universitat Autònoma de Barcelona

Autor: **Marc Soler Selva**
Tutor: **Dr. Jose Luís Terrón**
Juny del 2013

L'ús que fan els **estudiants** de segon cicle d'ESO de la ciutat de Barcelona de les diferents **eines de Facebook** per a **crear i consumir continguts** generats per *peers*.

- Quines **motivacions** hi ha rere l'ús de cada **eina**
- **Relacions** entre l'ús d'unes determinades **eines** per part dels usuaris i la concepció que tenen d'ells mateixos pel què fa a la seva **popularitat**

Referents a les xarxes socials:

- Conèixer a **quines xarxes** estan els estudiants de segon cycle d'ESO de la ciutat de Barcelona

Referents a la creació de continguts:

- Conèixer **quins continguts generen** a Facebook els estudiants de segon cycle d'ESO de la ciutat de Barcelona i **com ho fan**
 - Característiques de **l'ús** de les eines de Facebook per a **generar continguts**
 - Eines de Facebook **més utilitzades** per a **generar continguts** a Facebook
 - **Motivacions** dels estudiants de segon cycle d'ESO de la ciutat de Barcelona per a **generar continguts a Facebook**

Referents al consum de continguts:

- Conèixer **quins continguts generats per *peers* consumeixen** a Facebook els estudiants de segon cicle d'ESO de la ciutat de Barcelona i **com ho fan**
 - Característiques de **l'ús** que els estudiants de segon cicle d'ESO de la ciutat de Barcelona fan de Facebook per **a consumir continguts generats per *peers***
 - Eines de Facebook **més utilitzades** per **a consumir continguts creats per *peers***
 - **Motivacions** dels estudiants de segon cicle d'ESO de la ciutat de Barcelona per **a consumir continguts a Facebook creats per *peers***

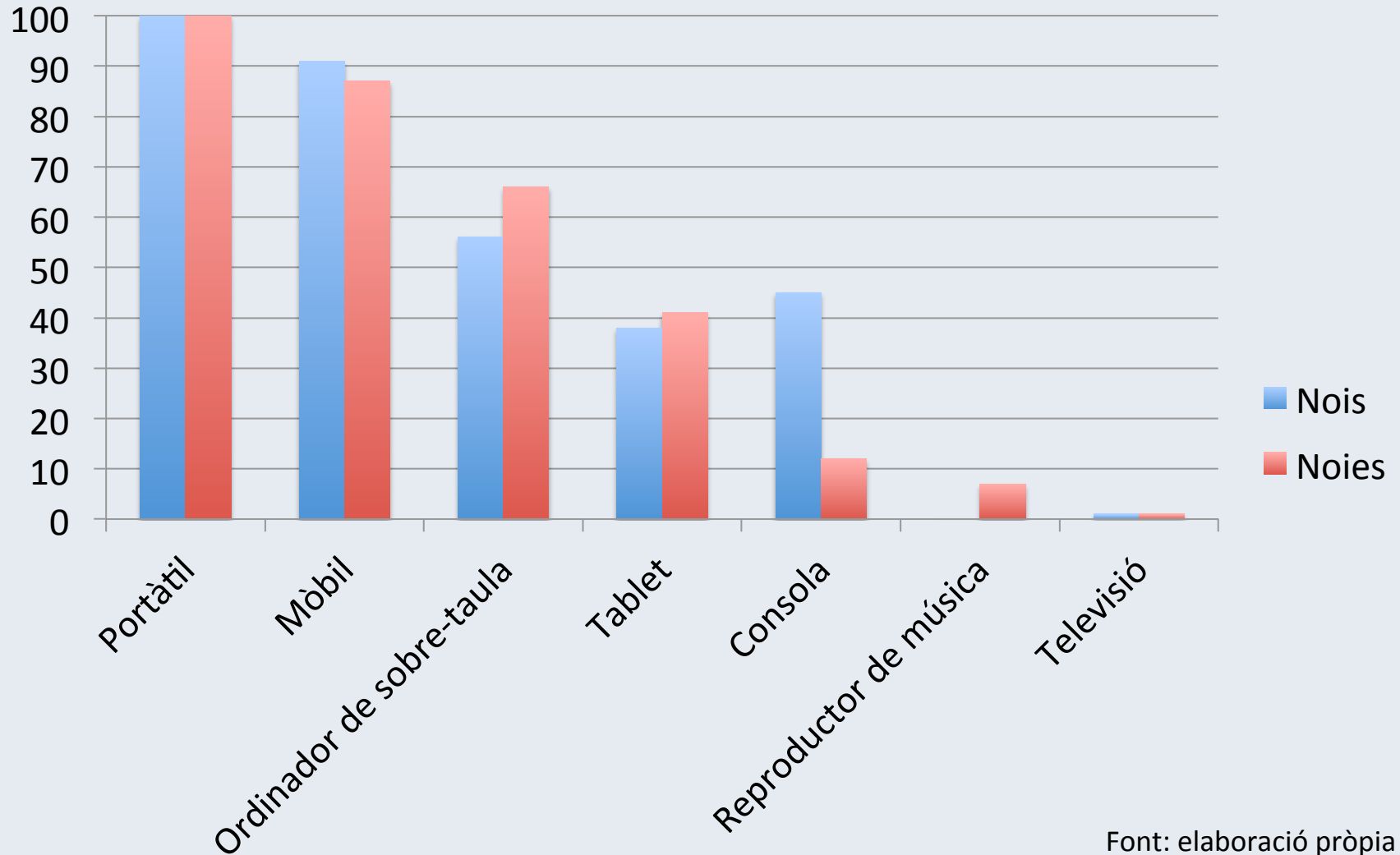
Mètodes i tècniques

- Part **quantitativa**. **Enquestes**
 - Elaboració del **qüestionari** amb **preguntes pròpies** de la investigació i preguntes **d'altres investigacions**
 - Courtois et. al. (2009)
 - Joinson (2008)
 - Jolene & james (2008)
 - Namsu Park et. al. (2009)
 - **Pre-test** del qüestionari
 - Realització de **l'enquesta**
 - **84** estudiants d'entre **14 i 17** anys
 - **20 – 25 d'abril** de 2013
 - **45 minuts**

Mètodes i tècniques

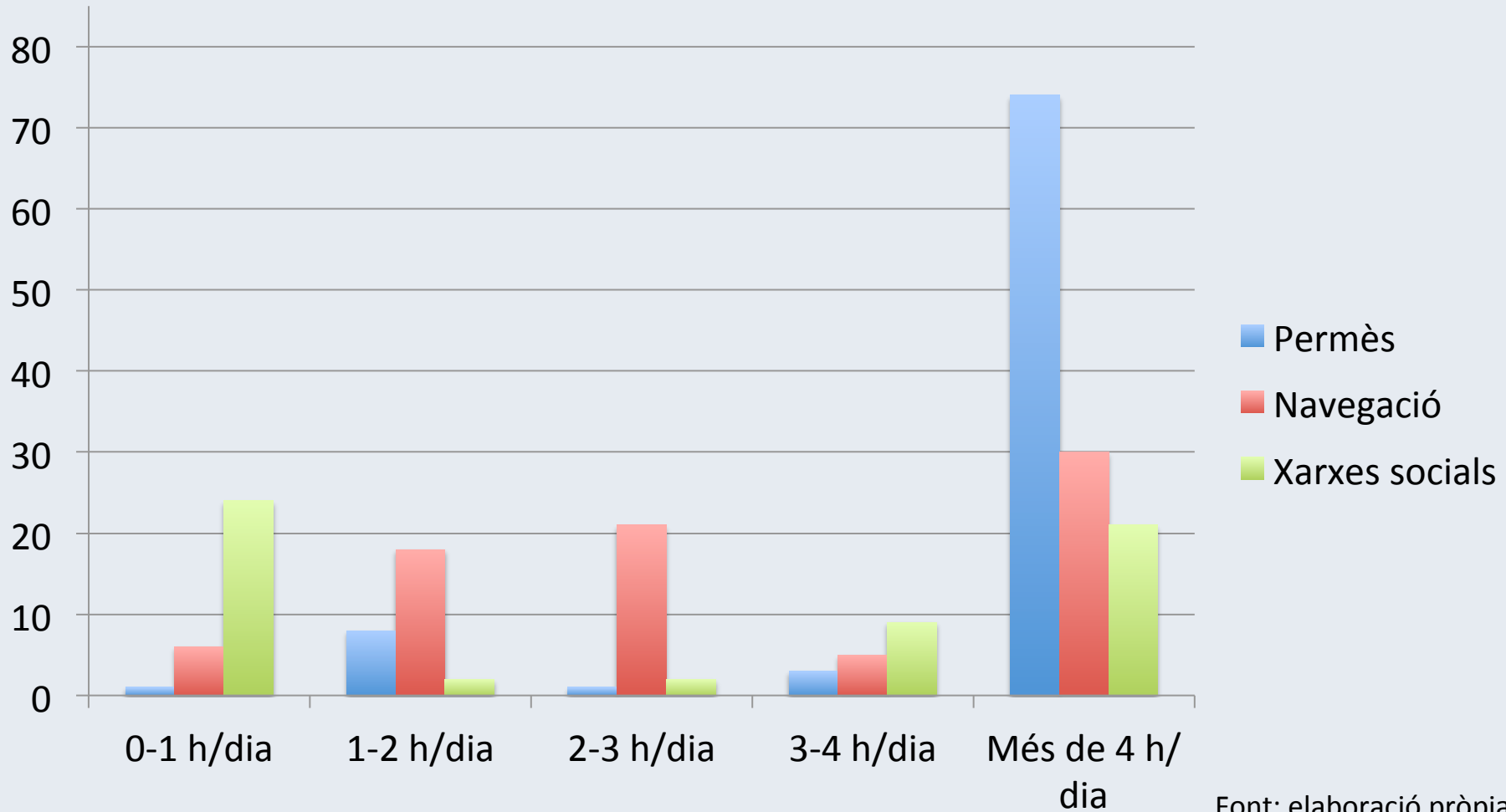
- Part **qualitativa**. Entrevistes
 - **Identificació** dels estudiants **sense Facebook**
 - Realització d'**entrevistes**
 - Entrevista oberta
 - **5** estudiants: **noies** de **14 a 17** anys
 - **20-25** d'abril
 - **15-20** minuts
- **Mostra** (no representativa)
 - **89 estudiants**
 - 45 nois i 44 noies
 - 49 3r d'ESO, 40 4t d'ESO
 - **Col·legi Vedruna Immaculada Barcelona**

Tecnologia que s'utilitza per accedir a Internet



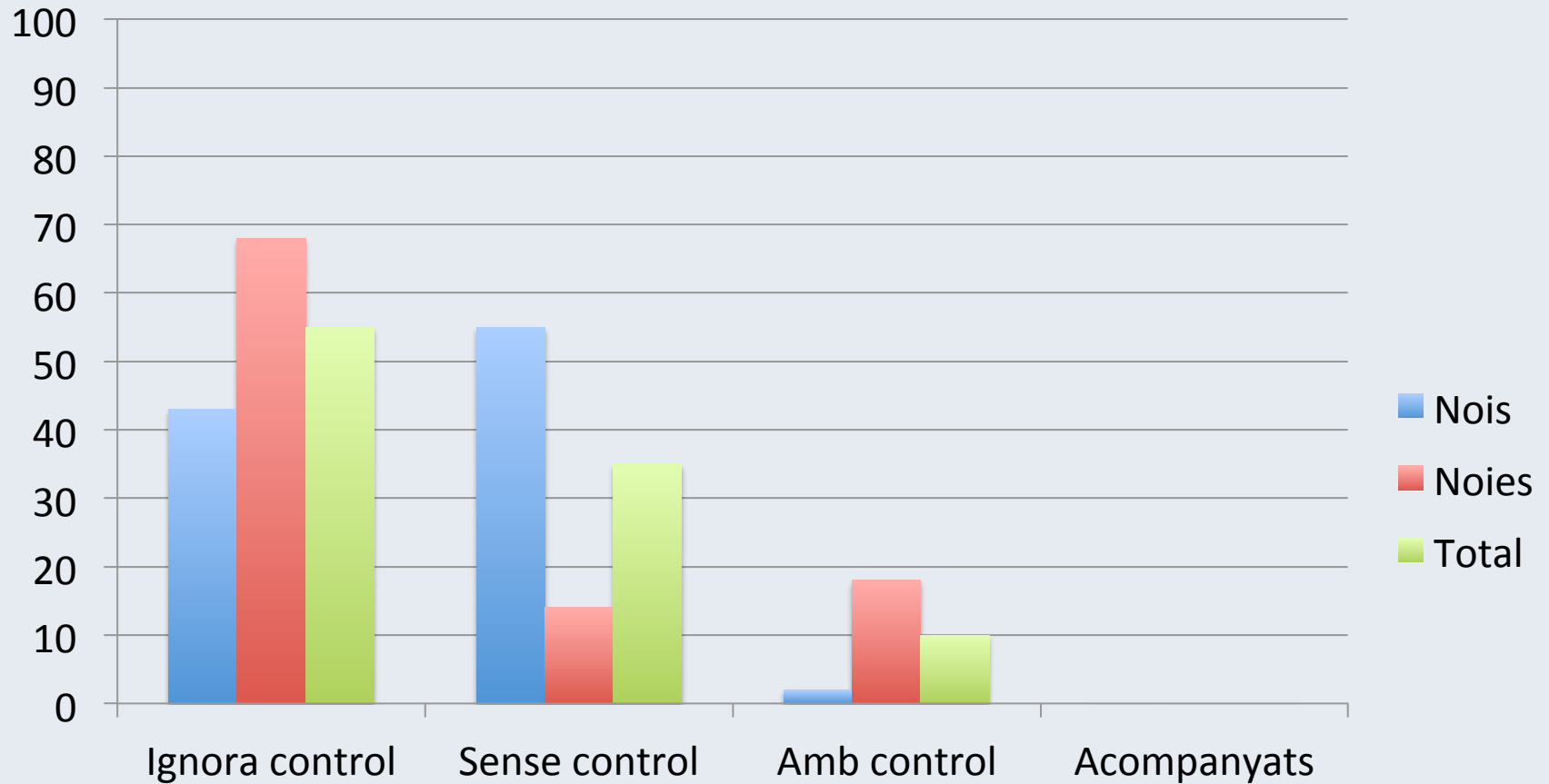
Font: elaboració pròpia

Navegació, navegació a les xarxes socials i permís dels pares



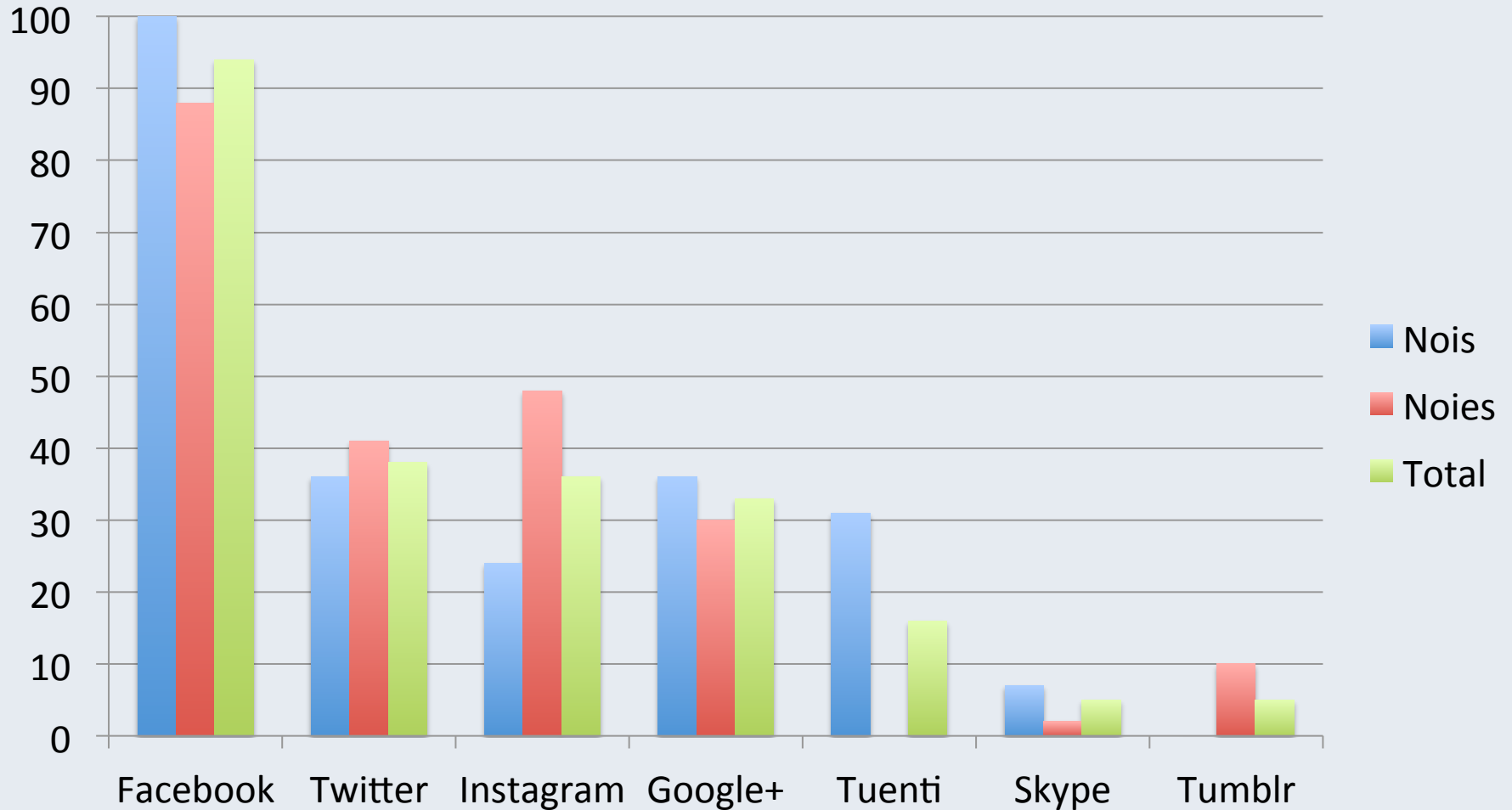
Font: elaboració pròpia

Control de la navegació per part dels pares



Font: elaboració pròpia

Presència a les xarxes socials

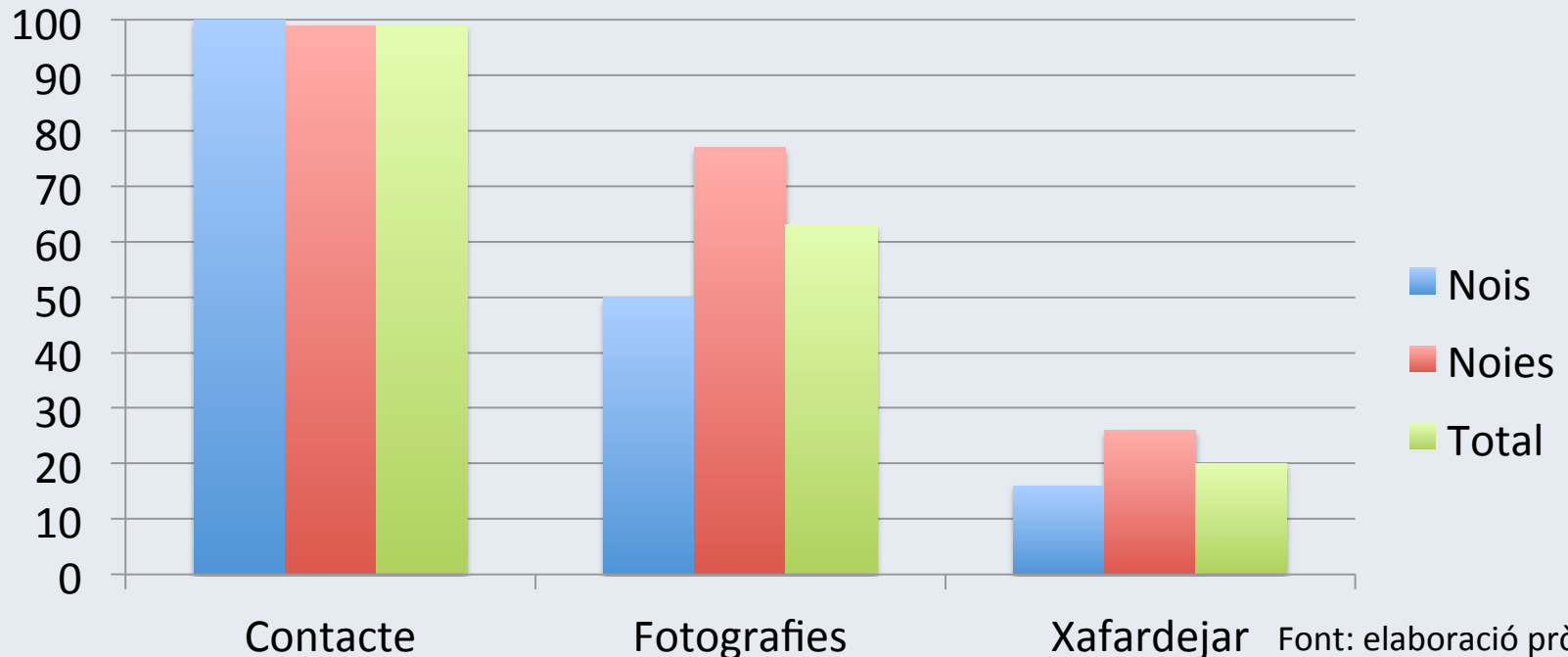


Font: elaboració pròpia

Tipus d'usuaris

- Usuaris **experts** a Facebook: **80%** més de 3 anys actius
- Entre **400 i 500 amics**
- Amistats: nois **70%** més nois agregats; noies **70%** més noies agregades

Motius per entrar a Facebook



Font: elaboració pròpia

Pares amb Facebook

- El **76%** dels pares dels estudiants estudiats **tenen** Facebook
- El **66%** dels pares dels estudiants **no en tenien** abans
- El **65%** dels pares dels estudiants els tenen **agregats**
- El **27%** dels que no en tenien abans se n'han fet per **controlar**
- El **43% pot** accedir a tots els continguts (36% nois, **64% noies**)
- El **57% no pot** accedir a tots els continguts (**64% nois**, 36% noies)
- **Curiós:** 66% dels pares no en tenien, 65% tenen els fills agregats
- **Control** a les **noies**?

Ús de les eines de Facebook

- **Xat:** eina **més utilitzada** – contacte, problemes, intimitat...
- **Fotografies:** eina preferida per a **crear continguts**
- **Fotografies:** eina preferida per a **consumir continguts**
- **No es detecten** diferències de **gènere** ostensibles en l'ús d'eines
- Excepció: Binomi **noies-fotografies**
- Molt o poc sociables i populars, el **Xat és l'eina preferida**
- **Més populars:** més **creació** que consum amb altres eines
- **Menys populars:** més **consum** que creació amb altres eines

Motivació de les eines de Facebook

- **Fotografies:** sentir-se important, impressionar, guanyar popularitat, divertir-se, distreure's.
 - **Xat:** expressar sentiments, preocupar-se pels sentiments dels altres, mantenir el contacte, distreure's.
 - **M'agrada:** sentir-se important, guanyar popularitat
 - **Mur:** estar informat, expressar sentiments
 - **Comentari:** (encara que no gaire) expressar sentiments i preocupar-se pels sentiments dels altres
-
- **Lurking:** generalment **més consum que creació**
 - Les **noies** tenen més tendència a crear **continguts narratius i media**

Sense Facebook

- **Prohibició explícita** dels **pares**
 - Preocupació pels **problemes** que hi ha a la xarxa
- **Decisió pròpia** de donar-se de baixa o no entrar
 - Recerca de **privacitat**
- **Supleixen** el Facebook com a via de **contacte** amb altres **xarxes socials i apps**
- Destaquen com a positiu **aprofitar el temps** per fer altres coses
- Destaquen com a negatiu **no tenir accés** a les **fotografies**
- **Expressen** que Facebook és una manera d'**incloure's a la societat**
 - Per estar a l'última
 - Per participar en processos de presa de decisions

Usuaris madurs i conscienciats

- Tendència de suposada **maduresa** a Internet
- **No utilització** de les xarxes socials de manera **primària** i **adolescent**
- **Conscients** dels **avantatges**, **perills** i la **realitat** del món online i de les xarxes socials.

Moltes gràcies

Màster Universitari en Continguts de Comunicació Audiovisual i Publicitat
Departament de Comunicació Audiovisual i Publicitat
Facultat de Ciències de la Comunicació
Universitat Autònoma de Barcelona

Autor: **Marc Soler Selva**
Tutor: **Dr. Jose Luís Terrón**
Juny del 2013